

DAFTAR ISI

Halaman

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	11

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Telaah Pustaka	12
2.1.1. <i>Internet Banking</i>	12
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
2.1.3. <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.1.4. <i>Perceived Ease of Use</i>	18
2.1.5. <i>Attitude Toward Using</i>	19
2.1.6. <i>Behavioral Intention to Use</i>	20
2.1.7. <i>Actual System Usage</i>	21
2.2. Review Penelitian	22
2.3. Kerangka Berpikir	30
2.4. Kerangka Konseptual	32
2.5. Perumusan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian	38
3.1.1	Unit Analisis	38
3.1.2	Ruang Lingkup Penelitian	38
3.1.2.1	Lokasi Penelitian	39
3.2	Teknik Penentuan Populasi dan Sample	40
3.2.1	Populasi	40
3.2.2	Sampel	41
3.3	Metode Penelitian	43
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
3.5	Metode Analisis Data	50

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden Penelitian	53
4.2	Struktural Equation Model (SEM)	61
4.2.1	Analisa Validitas Kuesioner	62
4.2.2	Uji Reliabilitas	69
4.3	Explanatory Factor Analysis (EFA)	71
4.4	Confirmatory Factor Analysis (CFA)	76
4.5	Respesifikasi Model	78
4.6	Pengujian Hipotesis	83
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	95
5.2	Implikasi	96
5.2.1	Implikasi Teoritis	96
5.2.2	Implikasi Manajerial	98
5.3	Saran	99

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	110
-----------------------	------------

DAFTAR TABEL

2.1	Matrix Review	23
3.2	Definisi Operasional Variabel	48
4.1	Rekomendasi Ukuran KMO	63
4.2	Hasil Uji Validitas Perceived Usefulness (PU)	65
4.3	Hasil Uji Validitas Perceived Ease Of Use (PEOU).....	66
4.4	Hasil Uji Validitas Attitude Toward Using (ATU)	67
4.5	Hasil Uji Validitas Behavioral Intention To Use (ITU)	68
4.6	Hasil Uji Validitas Actual Usage (AU)	69
4.7	Uji Reabilitas	70
4.8	Uji explanotary factor analysis Perceived Usefulness	72
4.9	Uji explanotary factor analysis Perceived Ease Of Use	73
4.10	Uji explanotary factor analysis Attitude Toward Using	74
4.11	Uji explanotary factor analysis Intention to Use	75
4.12	Uji explanotary factor analysis Actual Usage	75
4.13	Model Fit Summary	78
4.14	Daftar Indikator yang Dirontokan	79
4.15.	Tabel Chi Square	82
4.16.	Tabel Model Fit Summary	82
4.17	Regression Weights Re-spesifikasi Model	83

DAFTAR GAMBAR

2.1	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2.2.	Konsep Penelitian Hubungan <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use</i> dan <i>Actual Usage Internet Banking</i>	33
2.3.	AMOS TAM	52
4.1	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2	Demografi Responden Berdasarkan Usia	54
4.3	Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.4	Demografi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	56
4.5	Demografi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	57
4.6	Demografi Responden Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan	58
4.7	Demografi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Perbulan	59
4.8	Demografi Responden Berdasarkan Media yang Digunakan	60
4.9	Demografi Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan	61
4.10	Model Penelitian dibentuk berdasarkan modifikasi teori TAM	77
4.11	Hasil Respesifikasi Model	81